

보도시점 2023. 12. 25.(월) 12시 (2023. 12. 26.(화) 조간) 배포 2023. 12. 22.(금) 14:00

2022년도 국내 방송시장 매출액 19조 8천억 원

- 2022년 국내 방송산업 현황을 담은 ‘2023년 방송산업 실태조사’ 결과 발표
- 지상파방송·방송채널사용사업자(PP) 프로그램 수출액 최초 5억 달러 돌파 (\$5.6억, '21년 대비 29.6% 증가), 콘텐츠 중요성 커져
- IPTV는 가입자 수 증가로 꾸준히 매출 성장, 유선방송·위성방송은 감소 추세 유지

과학기술정보통신부(장관 이종호, 이하 ‘과기정통부’)와 방송통신위원회(위원장 직무대행 이상인, 이하 ‘방통위’)는 2022년 국내 방송산업 현황을 담은 ‘방송산업 실태조사’ 결과를 발표했다.

‘방송산업 실태조사’는 방송매출 1억 원 이상의 방송사업자를 대상으로 2000년부터 매년 실시하고 있는 국가승인 통계조사이다. 매년 6월 발표되는 ‘방송사업자 재산상황 공표집(방통위)’의 매출액 이외에 프로그램 제작·구매비, 수출입, 종사자 등을 추가로 조사하여 매년 12월에 결과를 발표한다.

- ※ (대상) 지상파방송사, 유료방송사, 방송채널사용사업자(PP) 등 423개
- ※ (내용) 매출액, 유료방송 가입자, 방송프로그램 수출입 및 제작·구매비, 종사자 등
- ※ (수행기관) 정보통신정책연구원(KISDI)

< 방송산업 개황 >

구분	2020년	2021년	2022년	2021년 대비	
				증감	증감률
방송산업 매출(원)	18조 118억	19조 4,016억	19조 7,579억	3,563억	+1.8%
유료방송 가입자(단자)	3,479만	3,577만	3,630만	53만	+1.5%
프로그램 제작·구매(원)	2조 8,819억	3조 92억	3조 2,492억	2,400억	+8.0%
프로그램 수출(달러)	4억 9,154만	4억 3,323만	5억 6,129만	1억 2,806만	+29.6%
종사자	3만 7,133명	3만 6,592명	3만 7,015명	423명	+1.2%

< 매출 현황 >

2022년 우리나라 방송시장 규모는 방송매출액 기준 19조 7,579억 원으로 전년 대비 1.8% 증가하였다.

< 방송산업 매출액 추이(단위: 원) >

구분	2020년	2021년	2022년	2021년 대비	
				증감	증감률
지상파(DMB포함)	3조 5,740억	3조 9,931억	4조 1,601억	1,669억	+4.2%
IPTV	4조 2,836억	4조 6,368억	4조 8,945억	2,577억	+5.6%
유선방송 (종합유선+중계유선)	1조 9,340억	1조 8,547억	1억 8,041억	△506억	△2.7%
위성방송	5,328억	5,210억	5,059억	△151억	△2.9%
PP	7조 742억	7조 5,520억	7조 6,096억	576억	+0.8%
IPTV CP	6,131억	8,440억	7,837억	△603억	△7.1%
합계	18조 118억	19조 4,016억	19조 7,579억	3,563억	+1.8%

사업자 유형별로는 지상파방송사업자(DMB 포함, 이하 '지상파'), 인터넷 멀티미디어 방송 제공사업자(이하 'IPTV'), 방송채널사용사업자(이하 'PP')의 매출은 증가하였으나, 유선방송, 위성방송 사업자(이하 '위성방송') 등은 감소한 것으로 나타났다.

지상파(DMB 포함)의 총 매출액은 4조 1,601억 원으로 전년 대비 1,669억 원 증가(+4.2%)한 것으로 나타났다. 주요 증가 항목으로는 방송프로그램 판매 매출이 온라인동영상서비스(OTT) 드라마 판매 증가에 힘입어 약 1조 664억 원을 달성하며 전년 대비 17.8% 성장하였다.

< 지상파 방송사업매출액 구성 내역(단위: 원) >

구분	2020년	2021년	2022년	'21년 대비 증감률
광고	1조 29억	1조 2,110억	1조 2,104억	△0.1%
방송프로그램 판매	7,821억	9,051억	1조 664억	+17.8%
기타*	1조 7,891억	1조 8,770억	1조 8,833억	+0.3%
합계	3조 5,740억	3조 9,931억	4조 1,601억	+4.2%

* 텔레비전방송수신료(KBS수신료) 매출, 재송신 매출, 협찬 매출 등

유료방송사업자의 총 매출액*은 7조 2,045억 원으로 전년 대비 1,921억 원 증가(+2.7%)하였으나, 성장률 둔화세는 지속되었다.

* IPTV, 위성방송, 종합유선방송사업자(이하 'SO'), 중계유선방송사업자(이하 'RO')의 방송사업 매출액 합계

< 유료방송 매출액 성장률 추이 >

2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
9.4%	9.1%	8.0%	5.7%	5.0%	3.9%	2.7%

유형별로는 IPTV가 수신료, 홈쇼핑송출수수료 증가 등에 따라 4조 8,945억 원(+5.6%) 규모로 성장하였으며, 유선방송(종합유선+중계유선)과 위성방송은 가입자 감소로 수신료 및 단말장치대여 실적이 저조하여 각각 1조 8,041억 원(△2.7%), 5,059억 원(△2.9%)으로 집계되었다.

< 유료방송 방송사업매출액 구성 내역(단위: 원) >

구분	2020년	2021년	2022년	'21년 대비 증감률
수신료	3조 6,126억	3조 6,585억	3조 7,055억	+1.3%
홈쇼핑송출수수료	2조 295억	2조 2,490억	2조 4,152억	+7.4%
기타*	1조 1,084억	1조 1,051억	1조 838억	△1.9%
합계	6조 7,504억	7조 125억	7조 2,045억	+2.7%

* 광고 매출, 협찬 매출, 단말장치대여(판매) 매출, 가입 및 시설설치 매출 등

PP의 총 매출액은 7조 6,096억 원으로 전년 대비 576억 원이 증가(+0.8%)한 것으로 집계되었다. 홈쇼핑을 제외한 PP의 매출액*은 3조 8,997억 원으로 전년 대비 1,677억 원 증가(+4.5%)하였으며, 프로그램 제공(콘텐츠대가수익, +6.5%) 및 프로그램 판매(+34.3%) 매출 증가가 매출액 상승을 견인했다.

* 종합편성(이하 '종합') PP, 보도 PP, 일반 PP(일반데이터 PP 포함)의 방송사업 매출액 합계이며, 홈쇼핑 PP 및 데이터홈쇼핑 PP는 제외

홈쇼핑PP(데이터홈쇼핑 포함)의 매출액은 3조 7,099억 원으로 전년 대비 1,101억 원 감소(△2.9%)하였다. 부문별로는 TV홈쇼핑 매출액이 2020년 이후 지속적으로 감소하여 3조 원을 밑돌았으며, 데이터홈쇼핑 매출액은 2022년에도 소폭의 성장세(+0.9%)를 기록했으나 성장률은 크게 둔화되었다.

※ (TV홈쇼핑 성장률) ('19) 2.6% → ('20) △1.8% → ('21) △2.5% → ('22) △3.9%
 (데이터홈쇼핑 성장률) ('19) 32.4% → ('20) 27.7% → ('21) 11.9% → ('22) 0.9%

< PP 방송사업매출액 구성 내역(단위: 원) >

구분	2020년	2021년	2022년	'21년 대비 증감률
PP(홈쇼핑 제외)	3조 2,625억	3조 7,320억	3조 8,997억	+4.5%
광고	1조 4,637억	1조 6,912억	1조 6,363억	△3.2%
프로그램 제공	8,749억	9,390억	9,996억	+6.5%
협찬	4,283억	5,258억	5,167억	△1.7%
프로그램 판매	2,732억	3,077억	4,132억	+34.3%
기타*	2,224억	2,683억	3,339억	+24.3%
홈쇼핑PP	3조 8,117억	3조 8,200억	3조 7,099억	△2.9%
TV홈쇼핑	3조 942억	3조 171억	2조 8,999억	△3.9%
데이터홈쇼핑	7,176억	8,029억	8,100억	+0.9%
합계	7조 742억	7조 5,520억	7조 6,096억	+0.8%

* 텔레비전방송수신료(KBS수신료) 매출, 재송신 매출, 협찬 매출 등

< 유료방송 가입자 현황 >

유료방송 가입자는 3,630만 단자('22. 12월 기준)로 전년 대비 53만 단자가 증가(+ 1.5%)하였으나, 증가율은 2016년 이후 지속적으로 하락 중인 것으로 나타났다.

※ ('16) 6.2% → ('17) 5.5% → ('18) 3.5% → ('19) 3.2% → ('20) 2.9% → ('21) 2.8% → ('22) 1.5%

유형별 가입자 수는 IPTV 2,067만 단자(+3.9%), 종합유선(SO) 1,268만 단자(△1.6%), 위성방송 294만 단자(△1.7%), 중계유선(RO) 1만 단자(△16.7%)로 집계되었다.

< 유료방송 가입자 수 추이(단위: 만 단자) >



< 방송프로그램 제작·구매비 >

2022년 방송프로그램 제작·구매비는 3조 2,492억 원으로 전년 대비 2,400억 원(+8.0%) 증가, 2년 연속 증가세를 보이며 코로나19 이전인 2019년 수준으로 회복되었다.

※ (증감률) ('19) 6.5% → ('20) △11.0% → ('21) 4.4% → ('22) 8.0%

< 매체별 방송프로그램 제작·구매비(단위: 원) >

구분	2019년	2020년	2021년	2022년	'21년 대비 증감률
지상파(DMB포함)	1조 866억	9,717억	9,848억	1조 362억	+5.2%
PP	2조 775억	1조 8,370억	1조 9,362억	2조 1,214억	+9.6%
종합편성	5,018억	6,140억	6,126억	6,498억	+6.1%
SO	463억	407억	573억	538억	△6.2%
위성	7억	7억	6억	6억	+0.6%
IPTV	277억	318억	302억	371억	+22.9%
합계	3조 2,388억	2조 8,819억	3조 92억	3조 2,492억	+8.0%

< 프로그램 수출입 현황 >

프로그램 수출액은 전년 대비 1억 2,806만 달러가 증가(+29.6%)한 5억 6,129만 달러로, 최초로 5억 달러를 돌파하였다. 이는 온라인동영상서비스(OTT) 등에 대한 드라마 수출 증가에 힘입어 증가한 것으로 나타났다.

< 수출 현황(단위: 달러) >

구분	2021년	2022년	증감률
지상파	2억 1,333만	2억 7,124만	+27.1%
PP	2억 1,990만	2억 9,005만	+31.9%
합계	4억 3,323만	5억 6,129만	+29.6%

< 수입 현황(단위: 달러) >

구분	2021년	2022년	증감률
지상파	383만	82만	△78.5%
PP	5,689만	7,211만	+26.8%
합계	6,072만	7,293만	+20.1%

주요 수출 국가*는 일본(19.5%), 미국(8.1%), 중국(7.7%), 대만(3.4%)으로, 아시아 국가의 비중이 40.6%로 가장 높게 나타났다.

* 방송프로그램(완성품), 포맷 수출입 비중 기준이며, 해외교포방송지원, 타임블럭 등 기타 수출입 형태는 제외

※ 수입액은 7,293만 달러로 수출액의 약 1/8 규모이며, 주요 수입 국가는 미국(47.8%), 일본(46.3%)으로 미국과 일본의 비중이 90% 이상 차지

< 종사자 현황 >

2022년 전체 방송산업 종사자 수는 3만 7,015 명으로 전년 대비 423 명 증가(+1.2%)하여, '20년 이후 감소하던 종사자 수가 증가로 전환되었다.

< 종사자 수 증감률 추이 >

구분	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
종사자 수	37,288명	37,553명	37,133명	36,592명	37,015명
증감률	+1.3%	+0.7%	△1.1%	△1.5%	+1.2%

사업자별로는 지상파(DMB 포함)가 13,483 명(△1.4%), 유료방송*이 5,965 명(+2.8%), PP가 17,567 명(+2.6%)으로 집계되었다.

* IPTV 1,113명(전년대비 +194명), 종합유선(SO) 4,422명(전년대비 △34명), 위성방송 387명(전년대비 +8명), 중계유선(RO) 43명(전년대비 △6명)

< 종사자 현황(단위: 명) >



구체적인 실태조사 결과는 과기정통부(www.msit.go.kr), 방통위 방송통계 포털(www.mediastat.or.kr), 정보통신정책연구원(www.kisdi.re.kr) 누리집에서 이용할 수 있다.

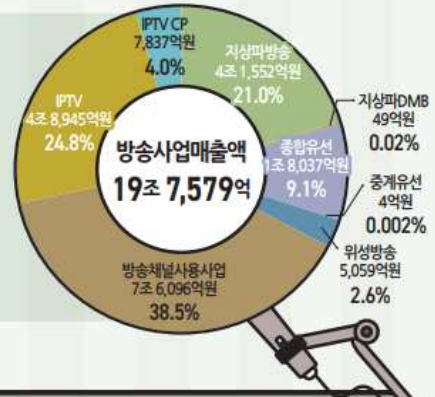
※ 본 조사는 방송사업자 재산상황 공표집(방통위), 방송시장경쟁상황평가(방통위)와 대상 사업자, 수치 산정 기준 등이 다르므로, 일부 수치에 차이가 있을 수 있음

담당 부서 <총괄>	방송진흥정책관실 방송진흥기획과	책임자	과 장	구분준 (044-202-6520)
		담당자	주무관	오탈희 (044-202-6528)
<공동>	방송통신위원회 미디어다양성정책과	책임자	과 장	곽진희 (02-2110-1260)
		담당자	사무관	장규택 (02-2110-1461)
관련 기관	정보통신정책연구원 디지털경제사회연구단	책임자	연구위원	한은영 (043-531-4236)
			전문연구원	오윤석 (043-531-4267)
		담당자	연구원	하승희 (043-531-4177)



2022년 방송산업 개황

- 방송사업매출은 19조 7,579억원으로 전년 대비 1.8% 증가
- 유료방송(종합유선, 위성방송, IPTV, 중계유선방송) 가입자는 3,630만 단자로 전년 대비 1.5% 증가
- 지상파와 PP의 제작·구매비는 3조 1,569억으로 전년 대비 8.1% 증가
- 방송 수출은 5억 6,129만 달러로 전년 대비 29.6% 증가



유료방송 가입자



* 과학기술정보통신부 제2017-7호 「유료방송사업 가입자 수 검증에 관한 고시(2017.8.24)(일부개정 2018.12.31)」 기준

유료방송 방송사업매출



지상파, 방송채널사용사업 제작·구매비



지상파, 방송채널사용사업 수출액



방송산업 주요현황

방송사업매출

방송사업매출

(단위: 조 원)

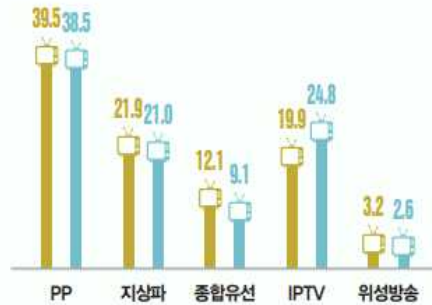
● PP ● 지상파 ● 종합유선 ● IPTV ● 위성방송



방송사업자별 비중 변화

(단위: %)

● 2018년 ● 2022년



* 여기서 '지상파'는 DMB제외한 방송사업매출액

방송사업매출 구성비

(단위: %)

지상파

- 광고매출액
- 방송수신료/재송신매출액
- 프로그램판매매출액
- 협찬매출액
- 기타방송사업매출액

총 3,8조



총 4,16조



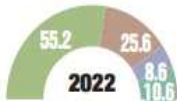
일반PP

- 광고, 협찬
- 방송프로그램제공
- 기타방송
- 방송프로그램판매

총 3,35조



총 3,9조



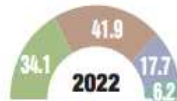
종합유선방송

- 방송수신료
- 홈쇼핑송출수수료
- 단말장치대여, 시설설치
- 기타방송

총 2,09조



총 1,8조



IPTV

- 방송수신료
- 홈쇼핑송출수수료
- 단말장치대여, 시설설치
- 기타방송

총 3,44조



총 4,89조



* 일반PP는 홈쇼핑PP(TV, 데이터) 제외

방송광고매출

방송광고매출

(단위: 조 원)

● PP ● 지상파 ● 종합유선 ● IPTV ● 위성방송

PP 연평균 0.3% 증가



IPTV 연평균 -4.6% 감소

*지상파는 지상파DMB 포함

광고매출 비중 변화

(단위: %)

● 2018년 ● 2022년



유료방송 가입자

유료방송 가입자

(단위: 만 단위)

● 종합유선 ● IPTV ● 위성방송

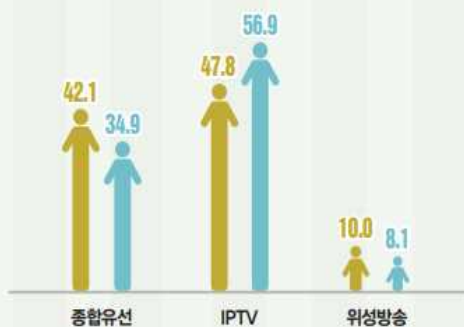
IPTV 연평균 7.2% 증가



유료방송 총 가입자 비중 변화

(단위: %)

● 2018년 ● 2022년



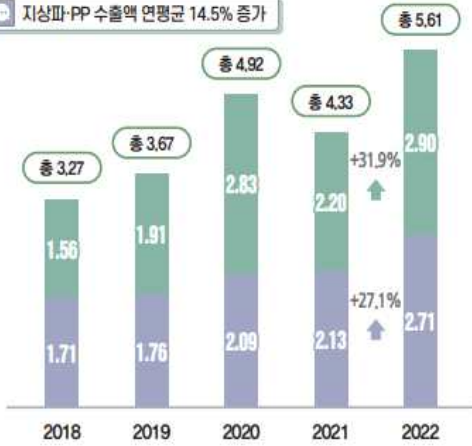
지상파·PP 수출/수입

지상파·PP 수출

(단위: 억 달러)

● 지상파 수출액 ● PP수출액

지상파·PP 수출액 연평균 14.5% 증가

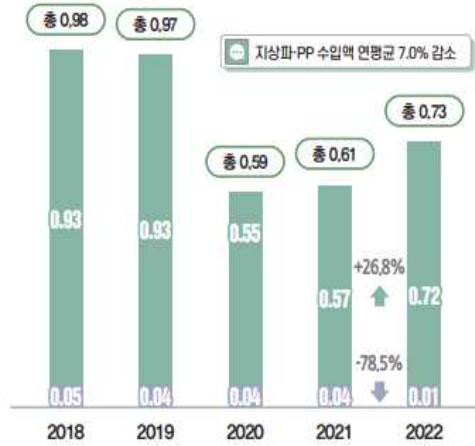


지상파·PP 수입

(단위: 억 달러)

● 지상파 수입액 ● PP수입액

지상파·PP 수입액 연평균 7.0% 감소



지상파·PP 제작/구매비

(단위: 조 원)

● 지상파 ● PP ● 총계

지상파·PP 제작·구매비 연평균 1.3% 증가

